

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan suatu usaha dilihat dari tingginya persaingan antara perusahaan satu dengan perusahaan lainnya. Hal ini dapat dilakukan oleh perusahaan menciptakan beragam produk berkualitas dengan harga yang bisa bersaing dalam dunia pasar. Bersaingnya suatu perusahaan dengan perusahaan lainnya, maka masing-masing perusahaan dituntut untuk dapat membuat inovasi yang tepat dalam strategi untuk menarik konsumen guna memenuhi target volume penjualan yang ditandai dengan perilaku konsumen. Perilaku konsumen menurut Malau (2017) merupakan tingkah laku tentang individu, kelompok, atau organisasi dan proses dalam menentukan, menggunakan, dan melantarkan produk, jasa, pengalaman, atau ide untuk kepuasan konsumen.

Perusahaan harus bekerja keras dalam mewujudkan inovasi baru dengan strategi yang telah direncanakan sebelumnya untuk memenuhi kepuasan, keinginan dan kebutuhan konsumen. Pada dasarnya, individu membeli suatu produk/jasa bukan hanya sekedar untuk memiliki atau melihat dari bentuk fisik produk tersebut namun, juga karena nilai dan manfaat yang bisa diperoleh dari barang/jasa yang dibeli oleh konsumen, hal yang harus dilakukan oleh perusahaan adalah mengembangkan produk yang telah disempurnakan. Pengembangan produk menurut Tjiptono (2008) dapat dilakukan oleh suatu perusahaan dengan cara mengembangkan produk yang sudah ada, dan juga bisa menciptakan produk baru dengan keinginan ataupun kebutuhan

kosumen, jadi dalam konsep pengembangan suatu produk harus bergantung pada keinginan dan kebutuhan dari konsumen.

Produk yang sudah dikeluarkan oleh PT. Pegadaian melakukan inovasi baru agar tidak tertinggal dengan pesaing lainnya. Hal ini bertujuan agar PT. Pegadaian selalu dapat memenuhi kebutuhan pelanggannya melalui produk yang di keluarkan. berikut data perkembangan produk yang sudah dikeluarkan PT. Pegadaian

Tabel 1.1
Program Pengembangan Produk PT. Pegadaian

JENIS	PRODUK
Produk Utama	1. KREASI 2. KCA 3. KRASIDA
Produk Syariah	1. RAHN 2. AMANAH 3. ARRUM BPKB 4. ARRUM HAJI
Inventasi Emas	1. MULIA 2. TABUNGAN EMAS

Sumber: www.pegadaian.co.id

Perusahaan yang tidak mampu mengembangkan produknya akan menghadapi suatu resiko seperti perubahan keinginan atau kebutuhan konsumen, munculnya teknologi baru dalam proses produksi, penurunan volume penjualan karena munculnya pesaing yang lebih kreatif. Nilai pelanggan adalah selisih antara penilaian pelanggan perspektif atas semua manfaat dan biaya dari suatu penawaran produk Kotler dan Gary (2014). Perusahaan harus melakukan pengembangan produk untuk meningkatkan kualitas suatu produk agar meningkatkan nilai pelanggan. Salah satu perusahaan yang melakukan pengembangan produk untuk meningkatkan kualitas suatu produk yang ada di perusahaan yaitu PT. Pegadaian, dimana konsumen bisa memanfaatkan

produk/jasa yang ditawarkan perusahaan itu sendiri salah satunya produk Gadai KREASI. Produk KREASI merupakan kredit dengan angsuran bulanan yang diberikan kepada Usaha Kecil dan Menengah (UKM) untuk pengembangan usaha dengan sistem fidusia (Pengalihan hak pemilikan suatu benda dengan dasar kepercayaan).

Manfaat utama yang didapatkan oleh nasabah di PT. Pegadaian adalah suatu ketersediaan dana dengan prosedur yang relatif lebih mudah dan waktu lebih cepat terutama dibandingkan dengan kredit perbankan, bahkan nasabah juga dapat memperoleh manfaat antara lain penaksiran nilai suatu barang dari pihak perusahaan yang telah berpengalaman dan dapat dipercaya, penitipan barang gadai dijamin pada tempat yang aman dan terpercaya, serta memberikan bekal kepada karyawannya agar dapat memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabah sehingga mendapatkan loyalitas yang tinggi dari nasabah.

Menariknya suatu pinjaman uang dipegadaian disebabkan prosedurnya yang mudah, pengajuan kredit cepat, bunga murah dengan angsuran tetap perbulan dan pelunasan dapat dilakukan sewaktu-waktu. Nasabah hanya perlu memberikan suatu barang bukti sebagai jaminan dan mengikuti prosedur sesuai yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Uang pinjaman dapat diperoleh dalam waktu yang cepat, begitu juga dengan melunasi peminjaman tersebut. Hal ini dilakukan salah satu tujuan dari pegadaian dalam hal memberikan pinjaman kepada nasabah dengan moto “mengatasi masalah tanpa masalah”. Suatu perusahaan harus memperhitungkan nilai-nilai konsumen supaya konsumen tetap bertahan dan memakai produk yang diciptakan atau ditawarkan oleh perusahaan tersebut. Strategi inti dalam bisnis yaitu mengintegrasikan suatu proses dan fungsi suatu internal dengan keseluruhan jaringan eksternal dalam

mencapai tujuan beserta nilai bagi para konsumen sesuai dengan sasaran yang mendapatkan keuntungan.

Menurut Hurriyati (2015) nilai pelanggan adalah selisih nilai pelanggan dan biaya pelanggan dimana, nilai pelanggan adalah sekumpulan manfaat yang diharapkan oleh pelanggan dari produk atau jasa tertentu dan biaya pelanggan adalah sekumpulan biaya yang diharapkan oleh konsumen yang dikeluarkan untuk mengevaluasi, mendapatkan, menggunakan dan membuang produk atau jasa.

Masyarakat telah mengenal pegadaian tersebut sebagai institusi yang mengadakan kegiatan yang memberikan pinjaman dengan adanya suatu barang gadai sebagai jaminannya. Disamping memiliki banyak keunggulan, produk gadai KREASI juga memiliki beberapa permasalahan pada nilai-nilai pelanggan produk gadai KREASI tersebut diantaranya seperti, pengetahuan konsumen terhadap produk ini masih rendah karena produk gadai KREASI ini masih merupakan produk baru.

Produk KREASI tersebut adalah solusi yang terpercaya untuk mendapatkan pinjaman secara mudah, pelayanan cepat dan barang yang digadaikan aman. Produk KREASI ini bertujuan dapat membantu masyarakat yang membutuhkan dana dan UKM dengan barang jaminan berupa BPKB atau kendaraan dan BPKB untuk mendapatkan pinjaman. Produk KREASI tersebut terdapat lebih dari 4245 outlet pegadaian seluruh Indonesia, nasabah menerima pinjaman dalam bentuk tunai dengan jangka waktu pinjaman minimal 12 bulan maksimal 48 bulan dan dapat diperpanjang dengan cara membayar sewa modal saja atau mengangsur sebagian uang pinjaman. Nasabah tidak perlu membuka rekening bank dengan perhitungan sewa modal,

prosedur pengajuanya sangat mudah pelunasan dapat dilakukan setiap saat, pinjaman mulai dari Rp.1.000.000 hingga Rp.400.000.000. (www.pegadaian.co.id).

Berdasarkan latar belakang yang telah dibahas sebelumnya, maka penulis tertarik untuk mendalami penelitian yaitu **“Penerapan nilai pelanggan untuk peningkatan produk gadai KREASI di PT. Pegadaian Cabang Ujung Gurun”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, maka dapat diuraikan rumusan masalah dari tulisan ini adalah bagaimana penerapan nilai pelanggan untuk peningkatan produk gadai KREASI di PT. Pegadaian Cabang Ujung Gurun?.

1.3 Tujuan Magang

Adapun tujuan penulis dalam melakukan kegiatan penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan nilai pelanggan untuk peningkatan produk gadai KREASI di PT. Pegadaian Cabang Ujung Gurun.

1.4 Manfaat Magang

a. Teoritis

Dapat menambah pengembangan ilmu pengetahuan khususnya ilmu dalam pengembangan nilai pelanggan untuk kemajuan perusahaan dan juga menentukan nilai pelanggan terhadap produk dalam upaya meningkatkan loyalitas konsumen, hal ini dapat digunakan sebagai dasar studi perbandingan dan referensi dalam penulisan.

b. Praktisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang akurat tentang nilai konsumen terhadap pengembangan produk pada perusahaan agar dapat menjadi bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan.

1.5 Metode Magang

Penelitian ini dilakukan melalui metode observasi, metode observasi merupakan metode mengumpulkan data dengan mengamati langsung atau terjun ke lapangan. Proses ini berlangsung dengan mengamati dengan cara melihat, merekam, menghitung, mengukur, dan mencatat kejadian. Metode observasi bisa di katakan juga sebagai kegiatan meliputi pencatatan hal-hal yang berkaitan saat penulis melakukan penelitian pada PT. Pegadaian Cabang Ujung Gurun.

Pada awal tahap dilakukan secara umum, penulis mengumpulkan data yang didapat atau informasi yang diterima sebanyak mungkin. Tahap selanjutnya penulis melakukan observasi secara lebih terfokus. Terdapat dua jenis observasi: pertama, observasi partisipasi, yaitu peneliti melakukan penelitian dengan cara terlibat langsung dalam interaksi dengan kelompok objek penelitiannya. Kedua, observasi non partisipan, yaitu peneliti melakukan penelitian dengan cara tidak melibatkan dirinya dalam interaksi dengan objek penelitian pada PT. Pegadaian Cabang Ujung Gurun.

1.6 Tempat dan Waktu Magang

Waktu dan tempat magang dilaksanakan di PT. Pegadaian (Persero) yang berlokasi Jl. Ujung Gurun No. 157, Kec. Padang Barat, Kota Padang, Sumatera Barat dengan waktu pelaksanaan magang selama 40 hari kerja (2 bulan) terhitung dari tanggal 11 Januari 2021 sampai 25 Februari 2021.

1.7 Ruang Lingkup Pembahasan

Adapun ruang lingkup pembahasan yang akan dibahas dalam penulisan ini yaitu hanya berfokus untuk mengetahui penerapan nilai pelanggan terhadap produk KREASI yg dilakukan di PT. Pegadaian cabang Ujung Gurun.

1.8 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab I menjelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan, metode penelitian, ruang lingkup penelitian, tempat dan waktu magang dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab II menjelaskan tentang konsep dan teori pada tugas akhir. Pada bab ini setiap variabel dijelaskan dalam bentuk sudut pandang konseptual. Konsep teori yang meliputi pengertian nilai pelanggan, pengembangan produk, dan perilaku konsumen.

BAB III GAMBARAN UMUM INSTITUSI

Bab III menjelaskan tentang gambaran umum perusahaan mengenai sejarah singkat Pegadaian, visi dan misi Pegadaian, struktur organisasi dan bentuk aktivitas yang dilakukan Pegadaian.

BAB IV PEMBAHASAN

Bab IV berisikan pembahasan uraian dari penerapan masalah meliputi hasil yang diperoleh pada saat penelitian mengenai “Penerapan Nilai Pelanggan Untuk Peningkatan Produk Gadai KREASI Di PT. Pegadaian Cabang Ujung Gurun”.

BAB V PENUTUP

Bab V berisikan tentang kesimpulan serta saran dari kegiatan magang. Pada bagian ini saran diberikan kepada PT. Pegadaian (Persero) cabang Ujung Gurun sehingga bisa bermanfaat bagi kepentingan pihak perusahaan.

